

Inhoudsopgave

Deel A Theorie en verwerking

Hoofdstuk 1 Retailmarketing	15
1.1 Inleiding	15
1.2 Doelstellingen	15
1.3 Marketing	15
1.4 Marketinginstrumenten	23
1.5 Marketingdoelstellingen	25
1.6 Marktanalyse: marktomvang, marktpotentieel, marktaandeel	30
1.7 Marketingkengetallen en conversie	38
1.8 Marketingkengetallen en productiviteit	45
1.9 Marketingplan	63
1.10 Positionering en USP	65
1.11 Marktsegmentatie	68
1.12 De doelgroep en marktsegmentatie	78
1.13 Vormen van marketing	90
1.14 Begrippen	102
1.15 Eindopdrachten	103
 Hoofdstuk 2 Retaillandschap en handelskennis	 105
2.1 Inleiding	105
2.2 Doelstellingen	105
2.3 Sectoren en bedrijfstakken	105
2.4 De bedrijfskolom	107
2.5 Ontwikkelingen in de bedrijfskolom	108
2.6 Distributiekkanalen	109
2.7 Groothandel en detailhandel	117
2.8 Detailhandel	118
2.9 Verkoopssystemen	121
2.10 Retailformule	123
2.11 Product life cycle (PLC) en wheel of retailing	133
2.12 Begrippen	137
2.13 Eindopdrachten	139
 Hoofdstuk 3 Retaillandschap en duurzaamheid	 141
3.1 Inleiding	141
3.2 Doelstellingen	141
3.3 Duurzame verpakkingen	141
3.4 Duurzame productie	145
3.5 Milieumaatregelen	149
3.6 Energie besparen	158
3.7 Afvalscheiding	161
3.8 Milieukeurmerken en andere productlogo's	168
3.9 Begrippen	180
3.10 Eindopdrachten	181

Hoofdstuk 4 Vestigingsplaats	183
4.1 Inleiding	183
4.2 Doelstellingen	183
4.3 De fysieke vestigingsplaats	183
4.4 De digitale vestigingsplaats	185
4.5 Distributie	186
4.6 Begrippen	188
4.7 Eindopdrachten	189
 Hoofdstuk 5 Het product	 191
5.1 Inleiding	191
5.2 Doelstellingen	191
5.3 Het product	192
5.4 Assortiment	194
5.5 Begrippen	200
5.6 Eindopdrachten	201
 Hoofdstuk 6 De prijs	 203
6.1 Inleiding	203
6.2 Doelstellingen	203
6.3 De prijsstelling op lange en korte termijn	204
6.4 De prijsstelling op lange termijn	205
6.5 De prijsstelling op korte termijn	212
6.6 Begrippen	213
6.7 Eindopdrachten	214
 Hoofdstuk 7 Promotie	 215
7.1 Inleiding	215
7.2 Doelstellingen	215
7.3 Wat is promotie?	216
7.4 Reclame	218
7.5 Public relations	227
7.6 Promotions ofwel verkooppromoties	231
7.7 Persoonlijke verkoop	234
7.8 Promotieplan	235
7.9 Promotionele boodschap	240
7.10 Offline promotie-instrumenten	247
7.11 Online promotie-instrumenten	253
7.12 Begrippen	260
7.13 Eindopdrachten	262
 Hoofdstuk 8 Presentatie	 265
8.1 Inleiding	265
8.2 Doelstellingen	265
8.3 Exterieur	265
8.4 Interieur	266
8.5 Begrippen	267
8.6 Eindopdrachten	267

Hoofdstuk 9 Het personeel	269
9.1 Inleiding	269
9.2 Doelstellingen	269
9.3 Basisprincipes van dienstverlenend personeel	269
9.4 Begrippen	271
9.5 Eindopdrachten	272

Deel B Praktijkopdrachten

Praktijkopdracht 1a: Retailmarketing: Theorievoorbereiding	277
Praktijkopdracht 1b: Retailmarketing: Praktijkvoorbereiding	291
Praktijkopdracht 2a: Retaillandschap: Theorievoorbereiding	293
Praktijkopdracht 2b: Retaillandschap: Praktijkvoorbereiding	303